

基于启发需求的设计

谭晖

(四川美术学院, 重庆 401331)

摘要: **目的** 从伦敦的步行系统到大英博物馆的导览设计, 这是两个以启发需求而设计的作品。研究这两个案例, 目的在于讨论设计与生活的关系, 即设计的目的是为生活的需求而设计。**方法** 案例中运用的方法, 是从人们日常生活的需求入手, 以启发人们的需求作为策略, 进行目标性设计。**结论** 日常生活一些习以为常的内容, 通过设计行为的介入, 一定程度上改变了人们的认知, 更新了人们的生活方式。

关键词: 启发需求; 导览系统设计; 导览设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)16-0021-05

Designed for Inspirational Demand

TAN Hui

(Sichuan Fine Art Institute, Chongqing 401331, China)

ABSTRACT: Walking system of London and the guide design of British museum are two works designed to inspire demand. We study these two precedents in order to discuss the relationship between design and life, and design goals are the requirements for life. These two designs use the methods that inspire needs to design them with goals. Its conclusion is that the design updates the content of everyday life and the way people live.

KEY WORDS: inspire demand; guide system design; guide design

日常生活是每天对每个人的影响, 绝大部分时间里人们对日常发生的事件是被动接受的, 原因往往是因为没有其他的选择, 所以对日常发生的事情, 也不会有太多的关注^[1]。但这种情况在设计介入生活后, 有了改变。设计是为满足需求而非欲望, 与无限的、贪得无厌的欲望相比, 需求是有限的、可以满足的^[2]。对于设计师, 最基本的问题就变成: “通过我的设计, 我正在解决什么需求?” 这也是艺术设计与日常生活的重点所在, 即为需求而设计。

本文以伦敦步行计划和大英博物馆的导览设计为例, 阐释设计介入日常生活的意义。伦敦步行计划是关于城市的规划, 而大英博物馆的导览设计是关于介绍博物馆的藏品, 原本没有直接关联的两个领域, 因为设计目标的一致, 它们被联系起来。对于游客来说, 游览城市和博物馆, 在旅游过程中是非常普遍的, 但同时也是最易草草收场的。一般情况下都是被动到达景点, 然后拍照、留念, 这就是日常的生活。

那么游客的需要是什么? 简洁易懂地阅读城市、阅读博物馆, 是大多数旅游者的需求。虽然城市与博物馆貌似两个不一样的领域, 但是对于人们的需求来说, 他们具有非常相似的一点, 那就是如何摄取其庞大的信息量。如何从庞大的信息量中, 根据自己的愿望, 作出符合自己需求的决定和判断? 游客需要获取这些信息, 那么作为设计者, 可以做些什么? 以下两个案例提供了很好的解决方法: 为人们的需求而进行的设计, 这就是伦敦的城市步行计划和大英博物馆导览的设计核心。游客可以半天浏览城市, 也可以3天漫游城市; 同样可以2h浏览博物馆, 也可以2天漫游博物馆。设计核心是: 设计者采取启发人们需求的设计, 把对象的需求进行归纳和筛选, 提出“需求菜单”, 帮助对象方便地作出符合自己需要和意愿的决定。

1 伦敦步行计划

伦敦步行计划是在伦敦政府针对城市发展提出

收稿日期: 2017-06-23

作者简介: 谭晖(1971—), 女, 重庆人, 硕士, 四川美术学院讲师, 主要研究方向为城市空间设计方法、空间设计策略和艺术化空间的塑造。

的“伦敦人的健康、可持续发展”主题下开展的鼓励市民、旅游者“徒步移动”的标识系统^[3]。

1.1 设计者角度的设计

伦敦步行计划从1999年进入前期调研,至2005年正式启动,到2012年伦敦奥运会时全面推广,可以看到整个计划的实施花费大约13年的时间。从1999年开始,该计划做了完善的信息与数据梳理,包括对核心数据测量原图、道路名称和建筑编号的整理,及未来发展的前瞻性研究,预测地区未来的发展计划和变化。

伦敦大学比尔·希列尔领导的Space Syntax Laboratory团队制定的早期步行地图,采用了以下步骤。第1步客观地分析了伦敦步行道路网,根据分析,提取最可达的道路,作为步行图的底图。第2步最可达的道路被分解为系列“特色路线”,得以进一步简化和识别。第3步为了便于记忆和识别,轻微地简化整个步行路网的几何特征。第4步标示主要的建筑物和公共空间,给步行者提供常规的“场所标志”^[4]。这一研究作为伦敦步行计划的基础,但并未得到大范围的使用,原因也许是这个城市步行设计太过专业,没有一个很好的切入点去进入一般民众的日常生活。

1.2 需求者的需求

对于城市步行,人们有什么样的需求?就市民而言,每天上下班的交通方式是一种日常生活,快速、安全、健康、环保的出行方式是他们的需求。改变市民出行方式,在高峰时间的拥挤路段,步行比坐车更加节省出行时间和费用,同时步行也可保持健康,但很多人对此并不了解,虽然常常被交通困扰,但是却很少选择以步行方式代替。怎样的设计可以改变人们的观念,满足市民的快速、安全、健康的出行需求?就游客而言,按自己的需要,选择性地去阅读城市的历史,慢慢地去品味城市的文化,是游览城市的需求,但大部分游客是被动地从一个景点到另一个景点的快餐式消费,这不是旅游的意义,也不是游客的需求。怎样的设计可以满足游客的需求,愉悦地摄取城市文化的精髓?

1.3 以人们的需求为目标的设计

1.3.1 地铁图与步行图的结合

在2016年8月29日,伦敦交通局发布了伦敦地铁全新版本。这份全新版本的地铁图以专业城市步行设计为技术支撑,将地铁图与步行图结合了起来,在站与站之间加入了步行步数。这是一次设计介入日常生活的巧妙设计,也是一次改变人们生活方式的设计,以需求为目标的设计,改变了人们与城市相处的方式。

地铁图是人们出行最需要也是最实用的必需品,

设计者将未完全普及化的步行地图加入到地铁图里,让更多的人有了选择出行方式的机会。一般来说人们阅读地铁图,只是关注从A站到B站有多远,是否需要中转,在哪里中转等最日常的需求,但现在将步行数据加入地铁站与站之间作为距离表述时,整个交通表达方式发生了质的飞跃,它不再仅仅是交通地图,而是重新提供了一种大众与城市相处的另一种可能或另一种选择。就伦敦市民而言,该设计让人可以有机会选择用步行的方式去上班和回家的路,在步行的过程中有机会锻炼身体或重新认识这座城市;对于游客而言,它将成为你主动阅读城市的途径,因此而改变一直以来从一个景点到另一个景点散乱的碎片化记忆,实现用一条步行线索,将记忆串成一个整体城市映像的目的。

人们可以从常规的地铁图中,获取步行的信息,并在从A点到B点的到达方式中,让步行成为其中一个值得尝试的选项。比如人们大约花上半天的时间,可以从Totterham Court Road站,步行800步,到达Leicester Square站,再步行700步前行去Charing Cross站。在这步行的800步和700步的距离里,包含有大英博物馆、圣巴特利爵教堂、国家人像美术馆、国家美术馆、特拉法加广场。如果时间宽裕,再往前走1000步,到达Westminster站,可以参观大笨钟、威斯敏斯特大教堂等著名景点,步行地图加入到地铁图见图1^[5]。步行2500步,人们可根据自己的时间和偏好来选择路线与景点,通过步行的方式来获取城市记忆,最终使这些美好的景点和城市的步行线一起成为旅游的一部分,实现真正体验城市的目的。

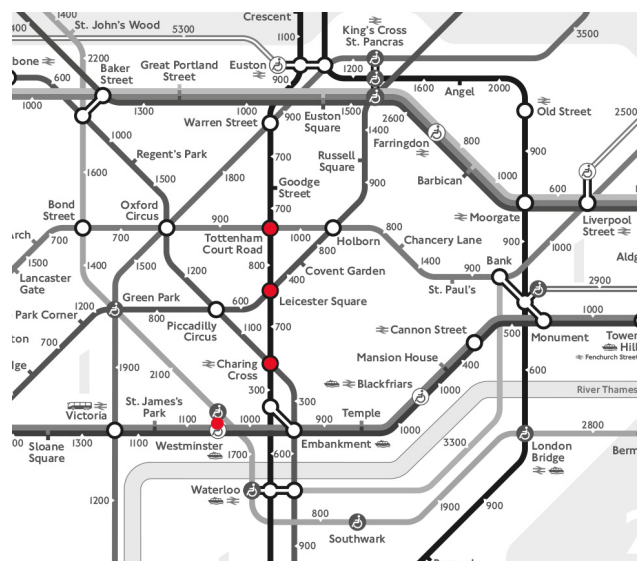


图1 步行地图加入到地铁图

Fig.1 Walk map added into subway map

1.3.2 伦敦街头的标识定位

今天在伦敦街头,随处可以看到顶部有显著黄色

色带、标注有一个步行剪影的标识牌，这就是落实伦敦步行计划、遍布在城市空间中最重要的标识符号。标识牌上提供了两张地图：一张为“15 min 步行圈”的广域地图；一张为“5 min 步行圈”的局部地图。局部地图为步行者清晰地展示了 5 min 步行圈内的地标，让步行变得轻松；广域地图为步行者提供了更

广阔的视域与步行挑战，见图 2。

地铁步行图将启动人们步行的愿望，从宏观上指导步行的内容与方向。街头步行标识牌，使人们在步行的过程中，可不断校正自己的目标，从微观上指导步行的需求。两个设计启发了人们的需求，更新了人们的生活方式。



1.伦敦街头的步行标识牌；2.“5 min 步行圈”的局部地图；3.“15 min 步行圈”的广域地图

图 2 伦敦步行计划
Fig.2 London walk plan

2 大英博物馆的导览系统设计

在当今博物馆界，英国博物馆以数量众多、藏品丰富而著称。大英博物馆收藏世界五大洲的文明珍宝多达 600 万件，每年接待观众达 600 万人次之多，展品之丰富令人目眩^[6]。

2.1 设计者角度的设计

大英博物馆发展战略的一个核心目标是增进参观者与藏品之间的交流互动。设计者首先从博物馆的空间布局进行研究，在形式上从可视性和可达性分析入手，组织空间使得展品和人们可跨部门跨展区交流。在功能上，设计者运用步行流线数据解释了参观者偏好的线路和拥挤点，发现总体交通流线有碎片化的情况，因此在建筑物楼层空间内设计增加公共展示功能，并通过一系列院落，在楼层空间中打造方格网的联系通道。在方格网通道的交叉处，重新组织垂直交通（楼梯或载客电梯），提升上层空间的可达性。博物馆设计的整体布局，为导览系统的实施奠定了良好的空间基础。设计者简洁的空间布局，使参观者在

导览系统的带领下，可轻松参观藏品。

2.2 需求者的需求

博物馆的观众大体分为专家学者、业内同行、普通游客、学生观众等，因各自不同的知识储备与参观要求，对展览有不同的期望，对展览说明繁简的要求也不尽相同。那么对藏品信息量的摄取也是不经相同的，因此将展览解析系统区分层次与繁简程度，让人们根据自己的需求去选择，就是博物馆参观者的需求。

2.3 以人们的需求为目标的设计

2.3.1 以藏品重要性为侧重点的参观路线

在博物馆的参观中，人们常常会有这种经历，就是找不到最出名或最想看到的那些著名作品，很多人往往花了大部分时间在找藏品，等到最后终于找到心仪作品时，已经累得筋疲力尽，最终便匆匆结束了在博物馆的参观，这不得不说是最惯常也是最遗憾的，因此，设计者充分考虑了参观者的需求，以藏品重要性制定了一条专门的参观路线。将前十位馆藏作品标出具体位置，并附有路线图，游客只需跟随导览的引导，

便可以将最重要的作品尽收眼底。得益于完善的空间布局关系，游客可根据楼层的顺序，从外围往内庭，从低层往高层进行参观，路线清晰明确。

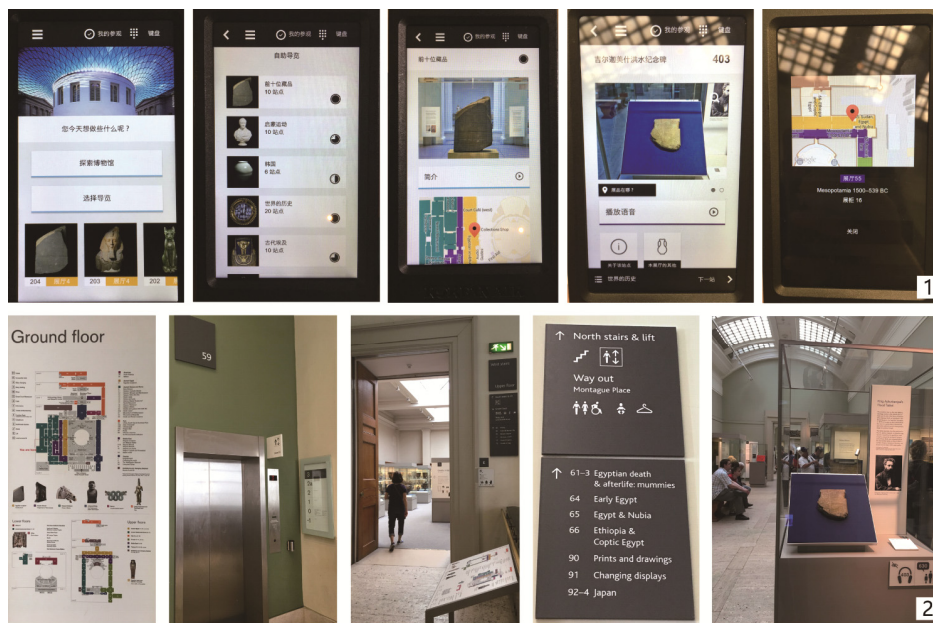
设计者将十件镇馆之宝路线中的最后一件作品，设计在顶层与大厅中央旋转楼梯连接的部分，当结束最后一件作品的参观后，参观者便站在3层旋转楼梯的顶部，可以看到整个博物馆宏伟的大厅，然后游客沿着宽大的大理石楼梯慢慢从顶层回到一层时，又重新阅读了一次这个建筑，也许这也是设计者认为的镇馆之宝吧。

2.3.2 多菜单式多组合式参观路线

设计不同的参观路线及不同的参观重点，以启发

观众多样性的需求，包括“启蒙运动”、“世界的历史”、“古代埃及”、“早期和中世纪的欧洲”等多种导览方案，启发人们发掘自己的兴趣点。以“世界的历史”系列中的“吉尔迦美什洪水纪念碑”为例，点开目录，首先出现该藏品的照片，然后显示“藏品在哪里、语音介绍、藏品的日期和制作”等信息，感兴趣的游客可按照电子导览提供的信息，跟随博物馆内的空间指引，顺利找到该藏品。提供“菜单式”选择，让人们根据自己的需求，选择性地摄取信息与知识。启发式菜单设计，满足了人们的需求，见图3。

大英博物馆导览体系中，藏品的时间轴与展馆空间布局的巧妙配合，是建筑学、考古学和视觉展示等



1.大英博物馆“菜单式”电子语音导览系统；
2.按照“菜单”指引，通过清晰的空间布局，可轻松找到藏品

图3 大英博物馆“菜单式”电子语音导览系统
Fig.3 "Menu type" electronic voice guide system in British museum

多学科合作的成果。在展示藏品的整体设计中，设计者不是以参观者被动接受的角度来设计空间布局和路线安排，而是将参观者与藏品之间的交流互动作为重点设计，以参观者的需求为设计目的。游客不是一定按一条必须的参观流线进行，而是选择最适合自己的方式，这就是设计介入到生活后带来的变化，它打破了一直以来的日常习惯，将长期被默认需被动接受的事件，通过设计后变成了可选择的生活和学习方式，这种变化的核心思想就来至于设计目标的改变，是为启发人们日常生活的需求而设计。

3 结语

日常生活的艺术设计，须植根于日常生活，并使之成为便利的日常消费品，这样才让设计活动获取源源不断生命力，实现最大程度的艺术价值^[7]。设计师

是生活中无处不在的有心人，把接收到的信息转换成艺术设计，并根据人们的需求去设计，这样的作品才是可持续发展的设计^[8]。从伦敦的步行系统到大英博物馆导览设计，可以看到在日常生活中被常态化的内容，设计介入后改变了人们获取知识的方式，从被动式接受转变为主动性选择，这是一个质的变革。

设计，首先是敏锐于潜在的日常需求，并通过巧妙的方式启发这种需求，在这个过程中，需要对“需求”本身做准确有效的归纳定位为“菜单式需求”，才能真正有效、快捷地方便人们的选择、决定和使用，并成为他们轻松而自主的选择行为。

参考文献：

[1] 李砚祖. 日常生活何以审美呈现[J]. 文艺争鸣, 2010(4): 31—36.

- LI Yan-zu. The Aesthetic of Everyday Life[J]. Literature and Art Forum, 2010(4): 31—36.
- [2] 江牧, 胡书可, 林鸿. 人类可持续发展视野下的工业设计反思[J]. 包装工程, 2013, 34(12): 79—83.
JIANG Mu, HU Shu-ke, LIN Hong. Reflections on Industrial Product Design in the Perspective of Sustainable Development[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(12): 79—83.
- [3] 张毅, 马娃君. 伦敦步行计划的公共设计战略[J]. 装饰, 2017(3): 72—74.
ZHANG Yi, MA Wa-jun. The Public Design Strategy of Legible London[J]. Zhuangshi, 2017(3): 72—74.
- [4] Space Syntax 官网 [EB/OL]. <http://www.spacesyntax.com/p-roject/london-pedestrian-routemap/>. Syntax Official Web site [EB/OL]. <http://www.spacesyntax.com/project/london-pedestrian-routemap/>.
- [5] Walking Steps between Stations on the Same Line [EB/OL]. <http://content.tfl.gov.uk/steps-tube-map>.
- [6] BBC 官网 [EB/OL]. <http://www.bbc.com/>.
BBC Official Website [EB/OL]. <http://www.bbc.com/>.
- [7] 张帆. 商品设计的情感化塑造研究[J]. 包装工程, 2014, 35(8): 43—46.
ZHANG Fan. The Emotional Modeling of Products Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(8): 43—46.
- [8] 王教庆. 艺术设计与日常生活的审美批判[J]. 艺术百家, 2014(1): 225—226.
WANG Jiao-qing. Art Design and Aesthetic Criticism of Daily Life[J]. Hundred Schools in Arts, 2014(1): 225—226.